

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CAHAYA, WELERI,
KABUPATEN KENDAL**



SKRIPSI

Oleh

M. AKROM K.

NIM : C2B007035

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Muhammad Akrom Khasani

Nomor Induk Mahasiswa : C2B007035

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CAHAYA,
WELERI, KABUPATEN KENDAL**

Dosen Pembimbing : Fitrie Arianti SE, M.Si,

Semarang, 25 juni 2014

Dosen Pembimbing,

Fitrie Arianti SE, M.Si,

NIP. 19781116 200312 2003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Muhammad Akrom Khasani

Nomor Induk Mahasiswa : C2B007035

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CAHAYA,
WELERI, KABUPATEN KENDAL**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 30 Juni 2014

Tim Penguji

1. Fitrie Arianti SE, M.Si, (.....)
2. Achma Hendra Setiawan SE, M.Si (.....)
3. Hadi Sasana SE, MS,i (.....)

Semarang, 4 Juli 2014
Pembantu Dekan I,

Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt.
NIP. 19670809 199203 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, Muhamad Akrom Khasani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI CAHAYA, WELERI, KABUPATEN** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 30 juni 2014

Yang membuat pernyataan,

(Muhammad Akrom Khasani)

NIM : C2B007035

ABSTRACT

The tourism sector is a sector with the potential to be developed as a source of local revenue. Increase local revenue effort, the program development and utilization of resources and tourism potential of the region is expected to contribute to economic development. Cahaya Beach is one tourist attraction located in Kendal district. Factors thought to affect the number of tourists visiting Cahaya Beach is tourist income, travel expenses, travel expenses to the other attractions, long trips and facilities.

The sample used in this study were 100 tourists visiting Cahaya Beach using accidental sampling technique. The data used is primary data based on questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression.

According to analysis done can be seen that the earnings and positive effect on the number of facilities of tourist arrivals Light Beach, while the travel costs, travel costs to other attractions and travel time does not affect the number of tourist visiting Cahaya Beach.

Key words: tourist income, travel expenses, travel expenses to the other attractions, a long journey, the facilities, the number of tourist arrivals.

ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Pantai Cahaya adalah salah satu obyek wisata yang terletak di kabupaten Kendal. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Cahaya adalah pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, lama perjalanan dan fasilitas.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang wisatawan yang berkunjung ke Pantai Cahaya dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer berdasarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

Kata kunci : pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, lama perjalanan, fasilitas, jumlah kunjungan wisatawan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita bersama dan khususnya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini diberi judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI CAHAYA, WELERI, KABUPATEN”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat sarjana pada Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini khususnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya.
2. Bapak PROF. SUDARTO P HADI, MES., PH.D. Selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Ibu Fitrie Arianti, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai selesai.

5. Ibu Dra. Hj. Tri Wahyu R, M.Si. selaku Dosen wali atas bimbingan dan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Pengelola Pantai Cahaya Weleri yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan sebagai objek penelitian serta semua bimbingan dan bantuan dalam menyelesaikan tulisan ini.
8. Ayah dan Ibu tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, motivasi, bimbingan, nasehat, bekal ilmu hidup, dan segalanya sehingga penulis dapat melewati segala sesuatu dalam menjalankan hidup
9. Adikku Ana Mustafida yang terus memberikan doa dan semangat.
10. Seseorang yang telah menemaniku, sabar memberi nasehat, doa, dan segalanya.
11. Kepada barisan para mantan, geng suki dan juga teman-teman seperjuangan. terima kasih banyak kebersamaan bersama kalian tak akan kulupakan.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua kebaikan dengan yang lebih baik.

Demikian penyusunan skripsi ini tidak lepas adanya kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan guna perbaikan selanjutnya serta semoga bermanfaat.

Semarang, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Praktis..... | 8 |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.1.1 Pariwisata | 10 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2 Permintaan | 18 |
| 2.1.3 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata | 41 |
| 2.1.4 Wisatawan, Pengunjung dan Karakteristik..... | 48 |
| 2.1.5 Pendapatan..... | 53 |
| 2.1.6 Pendekatan Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>)..... | 55 |
| 2.1.7 Lama Perjalanan (<i>Travel Time</i>) | 58 |
| 2.1.8 Fasilitas Pariwisata | 59 |
| 2.2 Hubungan antara variable dependen dengan variable independen | 62 |
| 2.2.1 Hubungan Antara Pendapatan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan | 63 |
| 2.2.2 Hubungan Antara Biaya Perjalanan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan | 63 |
| 2.2.3 Hubungan Antara Biaya Perjalanan Ke Obyek lain dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan..... | 64 |
| 2.2.4 Hubungan Antara Lama Perjalanan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan | 65 |
| 2.2.5 Hubungan Antara Fasilitas dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan | 66 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 66 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 67 |
| 2.5 Hipotesis | 69 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 71 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 71 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 72 |

| | |
|---|----|
| 3.2.1 Populasi | 72 |
| 3.2.2 Sampel | 72 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 73 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 73 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 74 |
| 3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 74 |
| 3.5.2 Uji Asumsi Klasik | 74 |
| 3.5.3 Pengujian Hipotesis | 77 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 81 |
| 4.1 Gambaran Umum Penelitian | 81 |
| 4.2 Statistik Deskriptif | 82 |
| 4.2.1 Pendapatan | 83 |
| 4.2.2 Biaya perjalanan | 83 |
| 4.2.3 Biaya perjalanan ke obyek wisata lain | 84 |
| 4.2.4 Lama perjalanan | 84 |
| 4.2.5 Fasilitas | 84 |
| 4.2.6 Jumlah kunjungan wisatawan | 85 |
| 4.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik | 85 |
| 4.3.1 Deteksi Multikolinieritas | 85 |
| 4.3.2 Deteksi Heteroskedastisitas | 87 |
| 4.3.3 Deteksi Normalitas | 88 |
| 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 90 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis | 92 |

| | |
|---|-----|
| 4.5.1 Uji Hipotesis Parsial (t Test) | 92 |
| 4.5.2 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness Of Fit</i>) | 94 |
| 4.6 Analisis Koefisien Determinasi | 95 |
| 4.7 Pembahasan | 96 |
| 4.7.1 Pengaruh Pendapatan terhadap Jumlah kunjungan wisatawan | 96 |
| 4.7.2 Pengaruh Biaya perjalanan terhadap Jumlah kunjungan wisatawan | 97 |
| 4.7.3 Pengaruh Biaya perjalanan ke obyek wisata lain terhadap Jumlah kunjungan wisatawan | 98 |
| 4.7.4 Pengaruh Lama Perjalanan terhadap Jumlah kunjungan wisatawan | 98 |
| 4.7.5 Pengaruh Fasilitas terhadap Jumlah kunjungan wisatawan | 99 |
| BAB V PENUTUP | 101 |
| 5.1 Kesimpulan | 101 |
| 5.2 Saran | 102 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA | 104 |
| LAMPIRAN A | 106 |
| LAMPIRAN B | 111 |
| LAMPIRAN C | 115 |
| LAMPIRAN D | 124 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Target dan Realisasi Pendapatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal tahun 2006 sampai dengan tahun 2013 | 3 |
| Tabel 1.2 Retribusi Obyek Wisata Dari Obyek-Obyek Wisata di Kabupaten Kendal Tahun 2006-2013..... | 5 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 66 |
| Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif Statistik..... | 83 |
| Tabel 4.2 Hasil Deteksi Multikolinearitas | 86 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov | 89 |
| Tabel 4.4 Persamaan Regresi Linier Berganda | 90 |
| Tabel 4.5 Tabel Uji t | 92 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji F..... | 94 |
| Tabel 4.7 Koefisien Determinasi..... | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kendal..... | 6 |
| Gambar 2.1 Konsumsi dan Waktu Menganggur..... | 21 |
| Gambar 2.2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya..... | 23 |
| Gambar 2.3 Tempat Tujuan Wisata Komplementer | 25 |
| Gambar 2.4 Tempat Tujuan Wisata Substitusi | 26 |
| Gambar 2.5 Pengaruh Kenaikan Pendapatan Terhadap Konsumsi Pariwisata | 27 |
| Gambar 2.6 Pengaruh Penurunan Harga Pada Konsumsi Pariwisata | 28 |
| Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis | 69 |
| Gambar 4.1 Deteksi Heterokedastisitas | 87 |
| Gambar 4.2 Deteksi Normalitas | 88 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran A Lembar Kuesioner Penelitian | 106 |
| Lampiran B Data Mentah..... | 111 |
| Lampiran C Hasil Analisis Regresi dengan Output SPSS | 115 |
| Lampiran D Data Pendukung Lainnya | 124 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi.

Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sector pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik (Spillane, 2004:14). Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa..

Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam membiayai Pemerintahan Daerah adalah pajak, yang mana Pajak Daerah ini banyak jenisnya dan berbeda pemungutnya diantaranya adalah

jenis-jenis Pajak Daerah Tingkat 1 terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di atas Air. Sedangkan Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Bahan Galian Golongan C dan Pajak Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanjanya, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (*Tourism Final Demand*) pasar barang dan jasa. Selanjutnya Final Demand wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*Investment Derived Demand*) untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain-lain (Spillane, 2004:20).

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia.

Kabupaten Kendal merupakan daerah yang giat mengembangkan potensi wilayahnya untuk tujuan wisata dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Obyek dan daya tarik wisata (ODTW) yang dimiliki Kabupaten Kendal cukup banyak dan bervariasi yang terdiri atas obyek wisata alam seperti air terjun Curugsewu, Sendang Sekucing, pantai Ngebum, pantai Muara Kencan, goa Kiskenda, curug Panglebur Gonso dan yang paling baru dan berkembang adalah pantai Cahaya, wisata budaya seperti sedekah laut atau Nyadran Tanggul Malang, agro wisata seperti kebun teh Medini dan Plantera serta obyek wisata religi seperti Masjid Al Mutaqqin, Masjid Agung Kendal, Goa Maria, Makam Wali Gembyang dan Makam Sunan Abinowo. Obyek wisata sebanyak itu belum mencakup atraksi wisata, seperti yang berkembang di Kendal sejak beberapa tahun ini, yaitu atraksi lumba-lumba. Namun pada tabel dibawah ini dapat kita lihat perkembangan target dan realisasi pendapatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal:

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Pendapatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Kendal tahun 2006 sampai dengan tahun 2013

| Tahun Anggaran | Target | Realisasi Pendapatan | % |
|----------------|------------------|----------------------|--------|
| 2006 | Rp.427.000.000 | Rp 433.246.895 | 101,46 |
| 2007 | Rp 443.000.000 | Rp 514.284.131 | 116,09 |
| 2008 | Rp 499.550.000 | Rp 535.247.515 | 107,14 |
| 2009 | Rp 525.000.000 | Rp 566.542.610 | 107,91 |
| 2010 | Rp 575.000.000 | Rp 504.901.225 | 87,81 |
| 2011 | Rp 527.000.000 | Rp 477.798.400 | 90,66 |
| 2012 | Rp 1.000.000.000 | Rp 784.345.520 | 78,43 |
| 2013 | Rp 1.096.921.000 | Rp 945.682.854 | 86,21 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal, 2014

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa dalam empat tahun terakhir yaitu mulai tahun 2010 hingga tahun 2013, target pendapatan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal tidak pernah tercapai. Hal ini bertolak belakang dengan semakin banyaknya pertumbuhan obyek wisata yang dibangun di Kabupaten Kendal, terutama dengan obyek wisata yang sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan yaitu Pantai Cahaya yang investasi pembangunannya sangat besar. Daya tarik obyek wisata pada Pantai Cahaya antara lain adalah adanya atraksi lumba-lumba, wahana seperti kolam apung, terapi autisme, kebun binatang, ATV bagi penggemar balap, waterboom dan theatron. Selain itu di antara obyek wisata lainnya di Kabupaten Kendal, retribusi terbesar dari obyek wisata berasal dari Pantai Cahaya.

Berikut ini adalah retribusi obyek wisata dari obyek-obyek wisata di Kabupaten Kendal Tahun 2006-2013:

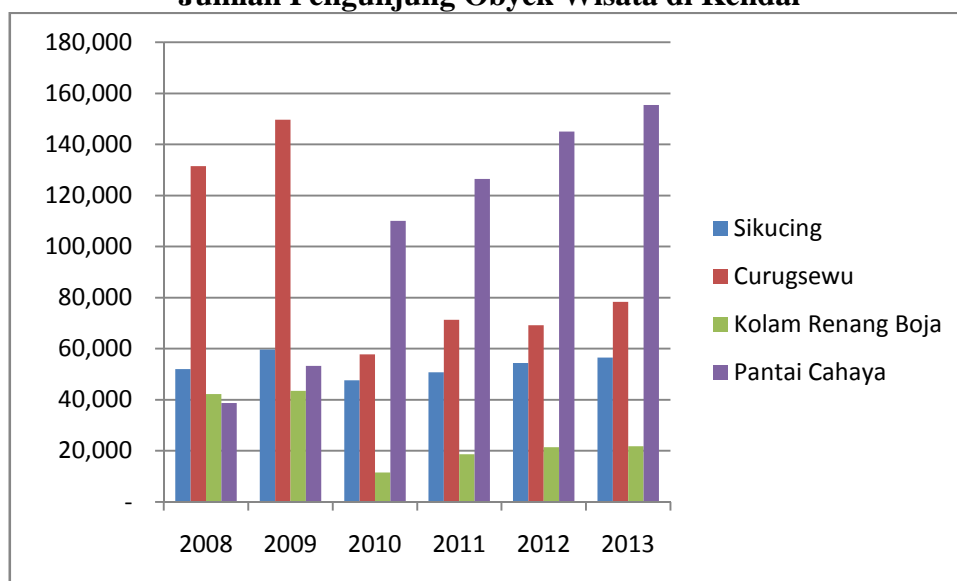
Tabel 1.2
Retribusi Obyek Wisata Dari Obyek-Obyek Wisata di Kabupaten Kendal Tahun 2006-2013
(Rupiah)

| Obyek Wisata | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|----------------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Sendang Sekucing | 171.760.000 | 80.187.000 | 88.841.000 | 79.879.500 | 92.553.000 | 100.105.000 | 193.367.000 | 189.058.000 |
| Curugsewu | 166.594.000 | 209.701.000 | 267.039.000 | 242.000.000 | 255.557.000 | 257.823.000 | 467.060.000 | 544.185.000 |
| Kolam Renang Boja | 64.000.000 | 95.119.000 | 75.601.000 | 74.500.000 | 59.571.000 | 80.956.000 | 143.489.000 | 155.223.000 |
| Pantai Cahaya | - | - | 418.310.023 | 583.009.651 | 1.210.478.987 | 1.391.500.288 | 1.600.225.111 | 1.920.270.564 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal, 2014

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, terlihat Pantai Cahaya yang relatif baru berdiri memiliki potensi untuk menjadi salah satu andalan pariwisata di Kabupaten Kendal, terbukti dari tingginya pendapatan dari tahun ke tahun..

Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kendal



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal, 2014

Dari gambar di atas, terlihat bahwa jumlah pengunjung di obyek wisata pantai Cahaya mengalami perkembangan signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan pemikiran dan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal”**.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan pada obyek wisata kabupaten Kendal adalah sejak tahun 2010, target pendapatan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak pernah

tercapai. Permasalahan ini karena obyek wisata yang selama ini ada kurang menarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas maka penulis dapat merumuskan masalah-masalah pokok yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pendapatan wisatawan terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya?
3. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya?
4. Bagaimana pengaruh lama perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengerti dan mengetahui sejauh mana pengaruh jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya terhadap nilai ekonomi yang diperoleh oleh masyarakat sekitar.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan wisatawan terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

2. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata lain terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh lama perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.
5. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari data dan informasi yang berhasil dikumpulkan, berdasarkan hasil penelitian dan studi literatur dapat berguna bagi operasional maupun pengembangan ilmu

1.4.1. Manfaat Praktis

a. Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat maupun masukan-masukan yang berharga bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal sehingga memotivasi Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal untuk menggalakkan wisata di daerah Bandungan.

b. Pihak lain

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat bagi pihak lain sehingga mengetahui seberapa besar peranan obyek wisata

khususnya Pantai Cahaya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Kendal.

1.4.2. Manfaat Teoritis

a. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai peranan pajak hotel, restoran dan hiburan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah melalui penerapan ilmu dan teori yang penulis peroleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya.

b. Peneliti lain

Diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi maupun bahan pertimbangan bagi mereka yang menjadikan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai peranan obyek wisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dan dapat dijadikan sumber pembandingan dalam penelitian dengan tema yang sama.

c. Perkembangan ilmu manajemen

Diharapkan dapat dijadikan sebagai pembandingan antara ilmu-ilmu manajemen (secara teori) dengan keadaan yang terjadi dilapangan (praktek) sehingga dengan adanya pembandingan tersebut akan dapat lebih memajukan ilmu manajemen yang sudah ada untuk diterapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan pihak lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pariwisata

2.1.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, yang bersifat sementara dan dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987 : 21).

Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subyek wisata yaitu orang – orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Berbagai - macam pendapat para ahli mengenai pengertian pariwisata diantaranya :

1. Menurut Gamal Suwartono, SH

Kepariwisataan adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

2. BPS 1981. 1984, 1991

Pariwisata adalah seluruh rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggal, kesuatu atau beberapa tujuan diluar lingkungan tempat tinggal yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah tetap.

3. UU RI No. 9 tahun 1990 pasal 7 tentang kepariwisataan

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain dibidang tersebut.

Definisi kepariwisataan ini sangat beragam, maka beragam pula definisi wisatawan. Beberapa ahli membatasi pengertian wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan sejauh lebih dari 50 atau 100 mil (sekitar 80 atau 160 km) dari lokasi tempat tinggalnya. Sebagian definisi menyatakan bahwa hanya mereka yang menginap di luar rumah terhitung sebagai wisatawan. Definisi yang lebih sederhana menganggap bahwa setiap orang melakukan perjalanan untuk kesenangan dapat dikategorikan wisatawan (*The Dictionary of Tourism, 1981*)

Menurut rumusan *Internasional Union Of Official Travel Organization* (IUOTO) pada tahun 1963 subyek wisata atau pelaku perjalanan dapat dibedakan dalam dua pengertian yaitu wisatawan (*Tourist*) dan pelancong (*Excursionists*). Perbedaan wisatawan dan pelancong adalah :

1. Wisatawan adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang – kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dan perjalanannya dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Pesiar adalah untuk rekreasi, liburan, kesehatan, studi dan olahraga.
 - b. Hubungan dagang, sanak saudara, konferensi dan misi
2. Pelancong adalah penunjang sementara yang tinggal di negara yang dikunjungi kurang lebih 24 jam (termasuk pelancong dalam perjalanan kapal pesiar termasuk yang sedang transit di pelabuhan).

Berdasarkan Smith, Stephen L.S. 1998, wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu

1. *Domestik Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu Negara yang mempunyai tempat di dalam Negara yang bersangkutan
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu Negara
3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain
4. *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara domestik dan *outbound tourism*
5. *Internasional tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*. Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan Internasional (*mancanegara*) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya. Wisatawan Nasional menurut Biro Pusat Statistik adalah sebagai berikut :

Wisatawan Nasional (*Domestik*) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang – kurangnya 24 jam atau menginap untuk masuk apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi (Direktorat Jendral Pariwisata,1985;17).

World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan Wisatawan Nasional adalah sebagai berikut :

“orang – orang yang bertempat tinggal dalam satu Negara, terlepas dari kebangsaannya, yang melakukan perjalanan kesatu tempat dalam Negara tersebut diluar tempat tinggalnya sekurang – kurangnya selama 24 jam / semalam, untuk tujuan apapun. Selain untuk mendapatkan penghasilan ditempat yang dikunjunginya”.

2.1.1.2 Industri Pariwisata

Secara umum masyarakat melihat bahwa industri adalah identik dengan bangunan pabrik secara kontinuitas melakukan proses produksi dengan menggunakan mesin-mesin dan berbagai teknologi. Tetapi akan sangat jauh berbeda ketika mengenal industri pariwisata. G. A. Schmool memberi batasan tentang industri pariwisata sebagai *„Tourist is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them”* (industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industry yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang

dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya (Tahwin, 2003).

Batasan pariwisata sebagai suatu industri diberikan secara terbatas, hanya untuk sekedar menggambarkan apa sebenarnya pariwisata itu. Dengan demikian dapat memberikan pengertian yang lebih luas. Jadi sebenarnya, ide memberikan istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik supaya pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu Negara, terutama pada Negara-negara sedang berkembang. Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya.

Menurut Spillane (1987) dalam Badrudin (2001), ada lima unsur industry pariwisata yang sangat penting, yaitu:

a. *Attractions* (daya tarik)

Attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti pantai, kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *Support Industries* yaitu toko *souvenir*, toko cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

c. *Infrastructure* (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

d. *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

e. *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan

mereka datang. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramah-tamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

2.1.1.3 Jenis dan Fungsi Pariwisata

Sesuai potensi alam yang dimiliki suatu negara, maka timbul bermacam-macam pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan, yang lama-kelamaan mempunyai ciri tersendiri. Jenis-jenis pariwisata dapat dibedakan menurut letak geografis yaitu: pariwisata lokal, pariwisata regional, dan pariwisata nasional yang terdiri dari pariwisata dalam negeri dan pariwisata internasional.

Menurut pengaruhnya terhadap pembayaran yaitu: pariwisata aktif dan pariwisata pasif. Dikatakan pariwisata aktif karena dengan masuknya wisatawan asing tersebut, berarti dapat memasukkan devisa bagi negara yang dikunjungi, yang dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara tersebut. Dan disebut pariwisata pasif, karena dilihat dari pemasukkan devisa, kegiatan ini merugikan asal wisatawan, karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa ke luar negeri.

Berdasarkan Instruksi Presiden No. 9/1969 mengenai tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia meliputi tiga aspek pokok yaitu segi sosial, segi ekonomi, dan segi budaya. Dengan demikian fungsi pariwisata juga mencakup tiga aspek tersebut. Hal ini seperti dikemukakan oleh Hartono (1974:45) seperti berikut ini: “Peranan pariwisata dalam pembangunan Negara pada garis besarnya, berintikan tiga segi yaitu segi ekonomi (sumber devisa dan

pajak), segi sosial (penciptaan kesempatan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kita pada wisatawan asing)”

Fungsi pariwisata dari segi ekonomi dapat dikemukakan bahwa dari sektor pariwisata dapat diperoleh devisa, baik berupa pengeluaran para wisatawan asing maupun sebagai penanam modal dalam industri pariwisata termasuk penerimaan berupa retribusi bagi wisatawan.

Adapun jumlah penerimaan dari sektor pariwisata ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu: Jumlah wisatawan yang berkunjung, jumlah pengeluaran wisatawan, lamanya wisatawan yang menginap

Fungsi sosial yang paling dominan dari sektor pariwisata adalah perluasan penyerapan tenaga kerja baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha kepariwisataan dengan segala sesuatunya yang berhubungan dengan pariwisata sangat membutuhkan tenaga kerja yang banyak sehingga dapat membantu mengurangi persoalan pengangguran.

Penciptaan kesempatan kerja secara langsung dapat dikemukakan, misalnya di bidang perhotelan, restoran, biro perjalanan, obyek wisata, dan kantor pariwisata pemerintah. Sedangkan penyerapan tenaga kerja tidak langsung, seperti meningkatnya hasil produksi di bidang pertanian dan kerajinan tangan karena termotivasi dengan kunjungan wisatawan.

Dalam hal fungsi pariwisata dari segi budaya dapat diartikan sebagai memperkenalkan dan mendayagunakan kebudayaan Indonesia. Seperti diketahui bahwa sesungguhnya kebudayaan merupakan milik rakyat sebuah negara yang merupakan manifestasi dari karya dan kreasi yang spiritual dari manusia yang

membentuk rakyat sebuah negara dan menjadi sasaran utama dari perasaan keingintahuan dari seseorang yang asing bagi negara tersebut.

Seperti dimaklumi tentang alam Indonesia seperti panorama alam, iklim tropis, daerah khatulistiwa yang dipadukan dengan aneka ragam koleksi seni budaya dan tata kehidupan masyarakat yang khas adalah merupakan salah satu sumber berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia.

2.1.2 Permintaan

2.1.2.1 Pengertian Permintaan

Menurut Mc. Eachern (2000) permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai penggunaan sumber daya tersebut. Permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap (Samuelson dan Nordhaus, 1998). Semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (Mc. Eachern, 2000).

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut Mc. Eachern (2000), adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

2. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh, misalnya umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.

3. Harga Barang-barang yang berkaitan

Substitusi dan komplementer. Dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun maka harga x tetap, konsumen akan membeli barang x lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang x dan y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x .

4. Perubahan Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

5. Penduduk

Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.

2.1.2.2 Permintaan Pariwisata

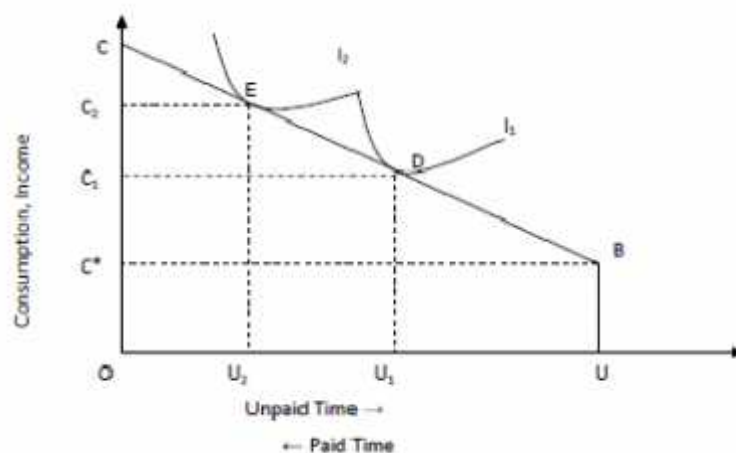
Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian yaitu lain perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair and Stabler, 1997).

Data vital yang dapat dijadikan indikator permintaan wisatawan akan suatu daerah wisata adalah (Melnish dan Goeldner, 1986 dalam Putik, 2008) :

1. Jumlah atau kuantitas wisatawan yang datang.
2. Alat transportasi apa saja yang digunakan sehubungan dengan kedatangan wisatawan tersebut.
3. Berapa lama waktu tinggalnya dan berapa jumlah uang yang dikeluarkan.

Pilihan individu dan anggaran belanja merupakan determinan dari permintaan pariwisata. Seseorang yang berkeinginan menghabiskan liburannya jauh dari rumah, mempunyai sejumlah uang atau anggaran yang tersedia untuk berwisata, berbelanja barang dan jasa lain. Besarnya anggaran tergantung dari

Gambar 2.1
Konsumsi dan Waktu Menganggur



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

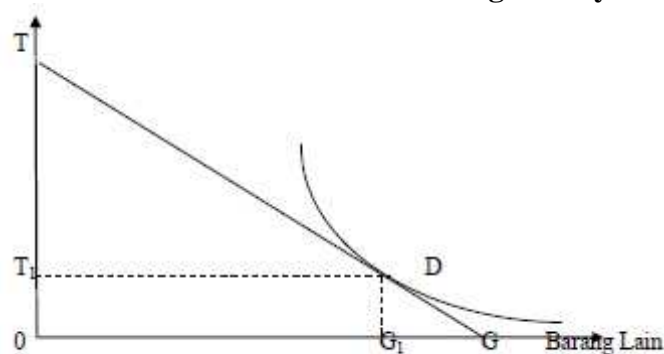
Sumbu vertikal mengukur nilai konsumsi dan sumbu horisontal mengukur pertambahan waktu menganggur, dari arah kiri ke kanan, atau pertambahan waktu kerja dibayar, dari arah kanan ke kiri. Titik OC memperlihatkan konsumsi maksimum yang merupakan hasil dari pengeluaran maksimum waktu yang dimungkinkan untuk kerja dibayar. Seseorang yang tidak bekerja mempunyai kombinasi konsumsi dan waktu menganggur B dan OC* merupakan nilai konsumsi yang dicapai individu saat menganggur. Posisi antara C dan B memperlihatkan kombinasi tengah-tengah. Garis CBU dikenal sebagai garis anggaran (*budget line*). Kemiringan dari garis ini mengindikasikan tingkat upah.

Individu menerima kepuasan dari mengkonsumsi barang dan waktu menganggur. Individu juga menerima kepuasan dari mengkonsumsi barang dan waktu menganggur. Perbedaan kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur digambarkan oleh kurva I1 dan I2. Kurva tersebut dinamakan kurva indifferen. Kurva indifferen yang letaknya jauh dari titik origin menunjukkan kombinasi dari konsumsi dan waktu menganggur yang lebih tinggi dan kepuasan yang lebih tinggi pula.

Ilmu ekonomi mengasumsikan bahwa individu menginginkan kepuasan maksimum sebisa mungkin dengan memilih kombinasi dari barang konsumsi dan waktu menganggur. Titik D pada Gambar 2.1. merupakan posisi yang mungkin dipilih individu. Titik ini menunjukkan kombinasi optimal dari konsumsi sebesar OC1 dan waktu menganggur OU1. Titik E mungkin juga dipilih individu, di mana posisi optimal adalah konsumsi sebesar OC2 dan waktu menganggur OU2.

Permintaan pariwisata mengandalkan total anggaran yang tersedia untuk belanja dan pada pilihan untuk relativitas pariwisata terhadap barang-barang dan jasa lainnya. Pada satu titik ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk pariwisata dan pada titik ekstrim lain tidak ada alokasi sama sekali untuk pariwisata atau semuanya untuk barang lain. Di antara kedua titik ekstrim tersebut, ada sebuah rentang kombinasi antara pariwisata dan barang dan jasa lainnya. Pilihan kombinasi pengalokasian anggaran untuk pariwisata dan pembelian barang lain digambarkan dalam *budget line* (*slope* yang menunjukkan harga relatif barang dan jasa yang digambarkan oleh TG dalam Gambar 2.2.). Titik OT adalah jumlah pariwisata yang akan dinikmati jika seseorang membelanjakan seluruh anggarannya untuk berwisata dan OG adalah jumlah barang lain yang akan dikonsumsi jika tidak ada pengeluaran untuk pariwisata. Jumlah pariwisata dan barang lain yang dikonsumsi atau dinikmati bergantung pada harga relatif pariwisata dan barang lain sehingga harga pariwisata yang lebih rendah akan membuat lebih banyak konsumsi pariwisata, begitupun sebaliknya (Sinclair dan Stabler, 1997).

Gambar 2.2
Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya



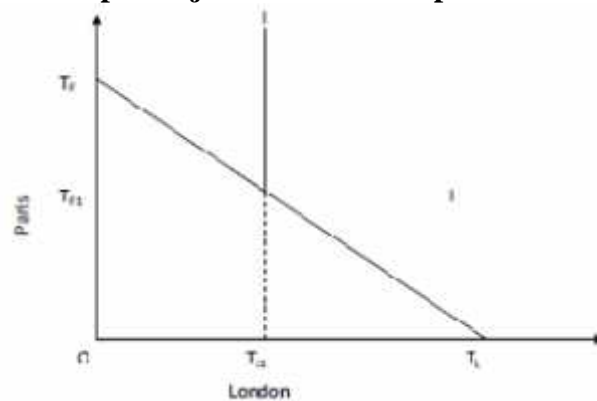
Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang bergantung pada preferensi mereka. Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen, misalnya, konsumsi yang rendah terhadap pariwisata dan konsumsi yang tinggi terhadap barang lain memberikan kepuasan yang sama seperti konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah, seperti diilustrasikan oleh kurva indifferen I pada Gambar 2.2. Seseorang dapat mengalokasikan anggarannya antara untuk pariwisata dan barang lain dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada titik D, dimana kurva indifferen bersinggungan dengan *budget line*, menghasilkan konsumsi pariwisata OT1 dan konsumsi OG1 dari barang lain. Kepuasan maksimum berada pada Titik D karena pada titik tersebut kurve indifferen I menyinggung *budget line* TG. Seseorang dengan preferensi yang lebih kuat terhadap pariwisata akan mengambil kombinasi sebelah kiri titik D, sedangkan seseorang yang lebih banyak mengkonsumsi barang lain akan memiliki kurva indifferen yang bersinggungan dengan TG ke arah kanan titik D (Sinclair dan Stabler,1997).

Secara nyata dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat antara keputusan untuk berwisata dengan harga mahal atau membeli perhiasan pada tingkat harga yang sama. Jika konsumen tersebut lebih berminat terhadap perhiasan, maka konsumen akan mengkombinasikan pembelian perhiasan dengan berkunjung ke tempat wisata yang lebih murah atau bahkan menghabiskan seluruh uangnya untuk membeli perhiasan.

Pada kasus tipe pariwisata yang berbeda, individu memilih kombinasi dari tipe pariwisata yang dapat bersifat substitusi atau komplementer. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.3. dan 2.4.

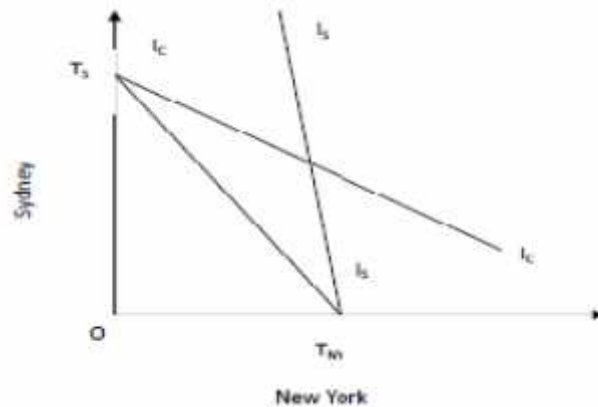
Gambar 2.3
Tempat Tujuan Wisata Komplementer



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Sebagai contoh, London dan Paris mungkin merupakan wisata yang bersifat komplementer bagi sebagian turis Amerika. Dengan begitu, proporsi pengeluaran untuk masing-masing adalah tetap. Dari garis anggaran TFTL memperlihatkan kombinasi berbeda dari pengeluaran untuk wisata dapat dialokasikan untuk dua tujuan wisata. Kurva indiferen berbentuk L memperlihatkan proporsi alokasi yang tetap untuk masing-masing tujuan wisata tersebut (Sinclair dan Stabler, 1997).

Gambar 2.4
Tempat Tujuan Wisata Substitusi



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

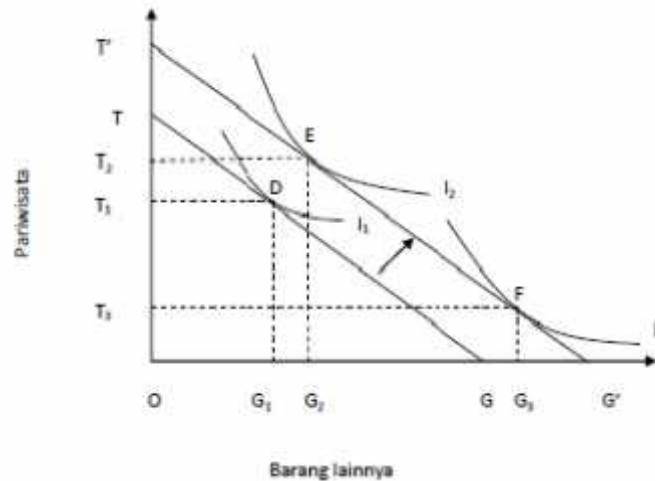
Gambar 2.4. mengilustrasikan tempat tujuan wisata yang bersifat substitusi dimisalkan dengan Sidney dan New York. Garis anggaran TSTNY mengindikasikan harga relatif dari dua tujuan wisata. Kurva indifferen ISIS memperlihatkan bahwa individu S menganggap dua tujuan wisata tersebut adalah substitusi, dan memilih New York sebagai tujuan wisata yang lebih disukai.

Individu lain C juga menganggap dua tujuan wisata tersebut adalah substitusi tetapi dengan kesukaan yang berbeda, diilustrasikan dengan kurva indifferen ICIC dan lebih memilih Sidney daripada New York.

Para ekonom berpendapat bahwa permintaan pariwisata dipengaruhi oleh pendapatan dan harga. Pada kasus kenaikan pendapatan dibanding dengan harga relatif konstan, pengaruhnya terhadap sebagian besar jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Hal ini berlaku untuk barang normal. Tetapi dapat juga kenaikan pendapatan menyebabkan penurunan

permintaan, berlaku untuk barang inferior. Gambar 2.5. mengilustrasikan dua pengaruh tersebut.

Gambar 2.5
Pengaruh Kenaikan Pendapatan Terhadap Konsumsi Pariwisata



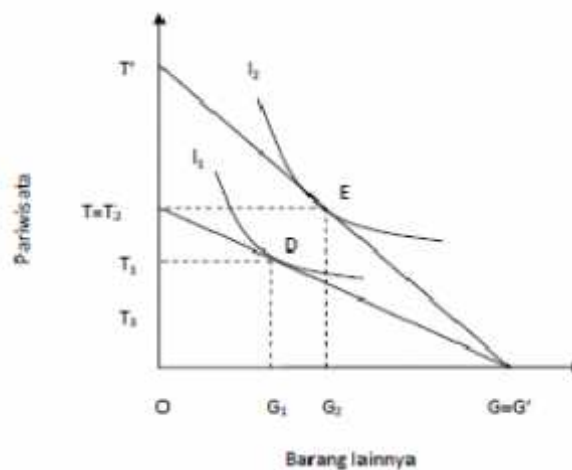
Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Sumbu vertikal mengukur pariwisata dan sumbu horisontal mengukur barang lain. Garis TG dan T'G adalah garis anggaran sebelum dan sesudah kenaikan pendapatan, dengan asumsi harga pariwisata lain dan barang yang lain relatif konstan. Jika pariwisata adalah barang normal, kurva indifferen adalah I₂, dengan begitu permintaan naik dari OT₁ ke OT₂ pada E. Jika pariwisata adalah barang inferior, kurva indifferen adalah I₃, kenaikan pendapatan membuat penurunan pariwisata dari OT₁ ke OT₃ pada F. Jika permintaan berpengaruh positif terhadap pendapatan dan kenaikan permintaan melebihi proporsinya, barang ini dikenal sebagai barang mewah dan jika permintaan naik kurang dari proporsinya, barang ini dikenal sebagai barang primer. Pada konsep elastisitas,

permintaan barang mewah, elastis dengan mengikuti perubahan pendapatan, sementara untuk barang kebutuhan adalah inelastis.

Kasus kedua adalah pengaruh permintaan pariwisata jika terjadi perubahan harga relatif dengan pendapatan konstan. Permintaan dan harga pada umumnya berhubungan negatif, dengan demikian penurunan secara normal akan diikuti dengan peningkatan permintaan, dan sebaliknya. Pengaruh dari penurunan harga pariwisata digambarkan pada Gambar 2.6.

Gambar 2.6
Pengaruh Penurunan Harga Pada Konsumsi Pariwisata



Sumber : Sinclair dan Stabler, 1997

Pada saat pariwisata menjadi murah, anggaran individu untuk pariwisata sekarang lebih maksimum sebesar OT'' . Sementara jumlah maksimum barang-barang lain yang diperoleh adalah tetap pada OG . Kombinasi optimal dari permintaan dan barang lain pada awal mula dan perubahannya ditunjukkan oleh titik D dan E, dengan begitu penurunan harga pariwisata menyebabkan kenaikan

permintaan dan kepuasan, dimana individu memperoleh OT2 pariwisata dan OG2 barang-barang lain dibanding dengan OT1 dan OG1 saat harga belum turun.

2.1.2.3 Komponen Permintaan

Selain dilihat dari sediaan, Mc. Intosh juga mengemukakan bahwa permintaan juga sangat penting dalam kepariwisataan. Jumlah permintaan untuk perjalanan atau tujuan khusus merupakan perhatian besar bagi siapa saja yang terlibat dalam kepariwisataan. Adapun data permintaan penting antara lain: berapa banyak pengunjung yang datang, menggunakan alat transportasi apa, berapa lama mereka tinggal dan apa jenis penginapan dan berapa banyak uang yang telah dihabiskan atau dibelanjakan. Ada beberapa ukuran permintaan, permintaan biasanya lebih mudah menghasilkan dan biasanya berasal dari minat umum dibanding yang lain. Teknik – teknik juga penting untuk membuat ramalan dari permintaan. Kadang – kadang usaha ini terfokus untuk meningkatkan permintaan pada waktu – waktu tertentu, tapi tujuan dasar adalah sama untuk meningkatkan permintaan (Mc.Intosh 1995 : 297).

Menurut Mc.Intosh bahwa suatu permintaan dapat dikategorikan menjadi beberapa komponen yaitu sebagai berikut :

1. Permintaan Menjadi Sebuah Tujuan

Permintaan dalam kepariwisataan dapat dijadikan sebuah tujuan, contohnya telah terjadi dalam beberapa kasus bahwa permintaan perjalanan tujuan khusus akan menjadi kecenderungan orang – orang untuk jalan – jalan dan timbal balik dari hubungan berlawanan antara tempat asal dan tempat tujuan. (Mc.Intosh 1995 : 297 - 298).

2. Jarak Ekonomi

Jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik. (Mc.Intosh, 1995 : 298).

3. Jarak Budaya

Jarak budaya berhubungan dengan tingkat budaya dari wilayah asal wisatawan berbeda dengan budaya tuan rumah. Umumnya semakin besar jarak budaya, semakin besar ketidakinginan (Mc. Intosh, 1995 : 298).

4. Biaya Pelayanan

Semakin besar biaya pelayanan suatu tujuan, semakin besar ketidakinginan untuk pergi ketempat tersebut untuk itu permintaan menjadi rendah. Faktor ini menangkap hubungan terbalik antara harga dari sebuah barang atau pelayanan dan permintaannya. (Mc. Intosh, 1995 : 298).

5. Kualitas Pelayanan

Semakin tinggi kualitas pelayanan suatu tujuan semakin kecil ketidakinginan untuk pergi ketempat tersebut (Mc.Intosh, 1995 : 298).

6. Musim

Efek dari musim pada permintaan sangat nyata hubungan daya tarik yang diberikan suatu tempat tergantung waktu dalam tahun dari perjalanan yang direncanakan. (Mc.Intosh 1995 : 298).

Permintaan pada dasarnya sangat dipengaruhi dan dibatasi oleh persediaan. Jika aspek suatu persediaan tidak diambil berdasarkan pertimbangan penggunaan jumlah permintaan, perencana akan dituntun kepada asumsi yang salah terhadap wilayah khusus, persediaan harus ditingkatkan untuk bertemu permintaan. Peningkatan persediaan dibutuhkan lebih dari yang lainnya. Ada beberapa ukuran dari permintaan (Mc.Intosh 1995 : 299 - 303) yaitu :

1. Kedatangan Pengunjung

Perhitungan sederhana dari jumlah orang yang datang ke tempat tujuan adalah sebuah ukuran dan pernyataan, walaupun secara khusus tidak mencukupi. Selain itu data juga sangat dibutuhkan walaupun pengunjung itu datang dengan menggunakan kapal laut atau pesawat terbang.

2. Pengunjung Siang dan Pengunjung Malam

Keterangan tentang pengunjung siang dan pengunjung malam lebih bernilai untuk perencana kepariwisataan, sehingga dapat keterangan jumlah kedatangan para pengunjung yang datang. Perencana taman umum dan meneger pantai tertarik pada jumlah pengunjung siang. Sedangkan orang – orang hotel dan penginapan lainnya menginginkan ketenangan tentang pengunjung malam.

3. Jumlah yang Dikeluarkan / Dibelanjakan

Jumlah yang dibelanjakan adalah ukuran yang berpengaruh terhadap permintaan jika digambarkan secara akurat. Tetapi ini merupakan ukuran yang paling sulit untuk diperoleh. Metoda yang paling umum untuk memperkirakan pengeluaran belanja wisatawan adalah dengan melakukan proses perkalian antara pengunjung siang dengan pengunjung malam dengan rata – rata pengeluaran belanja pengunjung siang dan pengunjung malam. Adapun pengeluaran belanja wisatawan melalui pajak yaitu dengan menggunakan pajak pada barang yang dikonsumsi misalnya pada kamar hotel atau motel dikenakan pajak sebanyak 4%.

2.1.2.4 Komponen Sediaan

Dalam komponen sediaan yang dikemukakan oleh Mc. Intosh, bahwa komponen sediaan dibagi kedalam 4 komponen (Mc.Intosh, 1995:269-270) yaitu :

1. Sumber – sumber alam

Kategori terdiri dari patokan dasar persediaan sumber alam dimana semua areanya cocok digunakan dan memberikan kenyamanan bagi para pengunjung (iklim dan udara, bunga, bentuk tanah, hewan dan keindahan alam).

2. Infrastruktur

Komponen ini terdiri dari konstruksi yang dikembangkan di bagian bawah tanah dan permukaan tanah seperti sistem persediaan air bersih, sistem komunikasi dan listrik, saluran pembuangan kotoran, sistem drainase, konstruksi fasilitas seperti jalan raya, tempat parkir, hotel, *shopping center* (bersifat struktural).

3. Transportasi

Sarana transportasi adalah pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia biasanya tinggal, ketempat yang merupakan daerah tujuan, seperti kapal, pesawat, taksi dan fasilitas transportasi pengunjung lainnya.

4. Keramah tamahan dan aspek budaya

Pada suatu tempat, kekayaan budaya dapat menjadi penarik pengunjung yang baik seperti sambutan selamat datang, perlakuan penduduk lokal terhadap pengunjung, seni tinggi, sejarah, musik, *shopping* dan tari – tarian.

Dalam Undang – undang No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal 7 pengelompokan obyek daya tarik wisata, usaha jasa pariwisata dan usaha sarana pariwisata. Secara terpadu komponen – komponen pariwisata yang akan dikaji dalam studi ini adalah obyek wisata, sarana pariwisata, dan jasa pariwisata.

1. Obyek Wisata

Dalam rangka melakukan survey dan mengevaluasi obyek wisata sangat penting untuk memahami jenis – jenis daya tarik dan aktivitas wisata yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan wisata, dan bagaimana hal ini dapat dikategorikan untuk tujuan analisis (Inskeep, 1991:76). Menurut *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID, 1977), ada beberapa komponen yang dapat menarik kedatangan para wisatawan ke lokasi wisata, atau menarik minat penduduk setempat untuk turut menikmati atraksi yang di tawarkan oleh obyek wisata tersebut yaitu :

1. Berpesiar, misalnya berkeliling daerah selama sehari – hari dengan *caravan*, motor, mobil, sepeda, perahu dan kapal pesiar.

2. Aktivitas, misalnya kegiatan berburu, menembak, memancing, selancar, mendaki gunung, bersepeda, berperahu kano, dan ski air.
3. Struktur buatan manusia, misalnya etnis dan agama, bangunan – bangunan yang megah dan taman – taman yang indah, arsitektur dan arkeologi, galeri dan museum.
4. Peristiwa atau acara khusus, misalnya kontes olah raga, pagelaran seni dan budaya, pameran dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata untuk periode yang singkat (Inskeep, 1991:88)
5. Fisik Alam, biasanya merupakan obyek wisata alam seperti gunung, sungai, laut, hutan, flora dan fauna, danau, pantai, lembah, dan kawah.

2. Sarana Pariwisata

Adapun yang dimaksud dengan sarana kepariwisataan adalah perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung serta hidup dan kehidupannya tergantung kepada kedatangan wisatawan. Akan ditinjau beberapa sarana kepariwisataan yaitu :

1. Sarana Akomodasi

Bagi wisatawan yang datang dari jauh tentunya memerlukan tempat tinggal sementara atau tempat untuk bermalam. Lamanya mereka menetap disuatu lokasi wisata datang secara individu, grup, keluarga atau rombongan, akan mempengaruhi pilihan jenis akomodasi (Inskeep, 1991:108).

Dalam perencanaan akomodasi, informasi yang perlu dipertimbangkan adalah lokasi, jumlah kamar atau jumlah unit akomodasi, kualitas pelayanan, karakteristik khusus dari fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan, rata – rata hunian kamar, rata – rata peluang menginap dalam periode 1 tahun, atau untuk periode musiman. Penilaian terhadap penyediaan akomodasi harus dilakukan baik terhadap rencana fisik dan jenis fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan maupun kualitas pelayanannya (Inskeep, 1991:115).

2. Tempat Makan

Tempat makan adalah fasilitas yang disediakan dalam rumah makan dan restoran seperti sarana akomodasi, sarana rumah makan juga perlu disediakan bagi wisatawan yang mengunjungi obyek yang jauh maupun dekat dari tempat tinggalnya. Bagi obyek yang tidak memilikinya dilakukan pendekatan dengan melihat jumlah kursi atau daya tampung diwilayah kecamatan terdekat.

Usaha penyediaan makanan dan minuman merupakan usaha pengelolaan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman, yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi ataupun sebagai usaha yang berdiri sendiri (UU No. 9 Tahun 1990 Pasal 26).

Pertimbangan yang perlu dilakukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi

makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat higienis, hal – hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang, serta lokasi tempat makan, biasanya dikaitkan dengan lokasi akomodasi dan rute perjalanan wisata (Inskeep, 1991 : 116-117). Selain itu juga masalah sebaran lokasi. Untuk memudahkan operasi penyaluran makanan, sebaiknya disediakan beberapa pusat penyediaan makanan dalam satu kawasan wisata yang melayani tempat – tempat makan dilokasi terdekat dengannya, sehingga memungkinkan bahan makanan dan minuman dapat diantar dalam kondisi yang segar, lezat, dan dingin (Lawson & Boud-Bovy, 1998:35).

3. Tempat Parkir

Sarana parkir, berpengaruh terhadap kelancaran lalu lintas maupun sirkulasi pergerakan di lingkungan obyek wisata tersebut. Adanya kemacetan lalu lintas karena semrawutnya aturan parkir atau untuk keluar masuk kendaraan. Perlu disediakan ruang parkir yang cukup untuk menangani kendaraan – kendaraan yang berhenti di tempat makan, penginapan atau tempat belanja supaya jalan tidak dipadati oleh kendaraan yang diparkir, terutama pada jam – jam ramai (Inskeep, 1991 : 317).

Tempat parkir dapat berupa parkir terbuka ataupun parkir tertutup, dan berdasarkan letaknya, tempat parkir dapat berupa

parkir pinggir jalan dan parkir khusus pada lahan yang merupakan bagian dari lahan bangunan fasilitas tertentu. Lokasi dan rancangan parkir di luar jalan harus dapat menimbulkan perhatian khusus bagi pemarkir yang akan menggunakannya (Ditjen Perhubungan Darat, 1995 : 116).

4. Fasilitas Belanja

Belanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata , dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk belanja. Karena fasilitas terhadap aktivitas belanja perlu dipertimbangkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, bukan hanya sebagai pelayanan wisata, namun juga sebagai obyek wisata yang memiliki daya tarik (Inskeep, 1991 : 86)

Fasilitas dan pelayanan belanja disediakan bagi pengunjung yang akan membeli barang – barang seni, kerajinan tangan, *souvenir*, barang – barang khas seperti pakaian, perhiasan, dan ketersediaan barang – barang dengan pelayanan yang memadai, lokasinya yang nyaman dan akses yang baik, serta tingkat harga yang relatif terjangkau (Inskeep, 1991 : 117).

Pusat perbelanjaan atau toko cenderamata ini sebagai kenangan bahwa wisatawan telah mengunjungi obyek yang menarik, biasanya mereka membeli barang pelengkap daya tarik obyek, dengan demikian wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya.

5. Sarana Transportasi

Sarana transportasi adalah pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia biasanya tinggal, ketempat yang merupakan daerah tujuan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pesawat udara untuk jarak jauh, kereta api, bis, taksi dan kendaraan lainnya. Keterhubungan antara satu lokasi dengan lokasi lain merupakan komponen penting dalam sistem kepariwisataan (Gunn, 1998 : 71). Untuk menciptakan saling keterhubungan antar berbagai tempat dalam satu kawasan wisata dan untuk memberi kemudahan dalam pergerakan dari satu tempat ke tempat lain, perlu adanya sarana dan prasarana yang memadai. Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, sarana pergerakan tersebut harus disesuaikan dengan keberadaannya disuatu lokasi wisata. Artinya elemen – elemen pergerakan tersebut harus memiliki nilai daya tarik dan berperan dalam mendukung aktivitas wisata. Menurut Inskeep, bahwa sarana transportasi yang menarik, mengandung nilai historis, dan memiliki bentuk – bentuk khusus, dapat dijadikan sebagai obyek dan daya tarik wisata (Inskeep, 1991 : 90).

6. Fasilitas Umum

Selain sarana yang telah di sebutkan diatas, obyek wisata juga memerlukan fasilitas umum sebagai sarana umum yang biasa tersedia di tempat – tempat rekreasi, yaitu :

- i. WC umum
- ii. Tempat Ibadah
- iii. Telepon umum

3. Jasa Pariwisata

Jasa pariwisata, sebagaimana jasa lainnya memiliki sifat khas, yaitu tidak bisa ditimbun dan dikonsumsi pada saat jasa tersebut dihasilkan (Yoeti, 1996:80). Dari sifat ini dapat pula dikatakan bahwa jasa pariwisata adalah pelayanan wisata yang diberikan kepada wisatawan. Analisis terhadap pelayanan wisata merupakan hal penting karena pengeluaran yang dihabiskan oleh wisatawan untuk membayar pelayanan memberikan input utama dalam analisa ekonomi kepariwisataan (Gunn,1988:71).

Komponen pelayanan jasa wisata terdiri dari :

1. Pusat informasi

Berfungsi untuk memberikan penerangan yang meliputi jenis atraksi atau obyek menarik yang biasa dilihat atau pariwisata penting yang terjadi di waktu – waktu tertentu di obyek pariwisata dan sebagainya. Pusat informasi dan promosi merupakan pelayanan yang sejalan.

Dengan adanya informasi, orang dapat memberikan penilaian yang berkaitan dengan pengalaman dari perjalanan wisata yang akan mereka lakukan, dan penilaian ini akan mempengaruhi keputusan pilihan tujuan wisata mereka (Gunn, 1988 : 71).

Untuk menarik minat orang agar berwisata ke suatu tempat, informasi yang diberikan harus memberikan nilai promosi yang menggambarkan daya tarik obyek wisata. Untuk memudahkan promosi tersebut, maka dapat digunakan jenis – jenis media promosi seperti brosur, *booklets*, *guide book*, *folder*, *leaflets* (Yoeti, 1996 : 192 - 193). Material promosi ini juga bisa disediakan oleh biro perjalanan wisata untuk menciptakan koordinasi dan sinkronisasi antara satu kegiatan dengan kegiatan lainnya.

2. Penyediaan Perlengkapan Wisata

Salah satu bagian yang cukup penting dari permintaan pariwisata adalah produk – produk dan pelayanan yang bersifat eceran. Obyek wisata seperti memancing, berkemah, atau olahraga air, memerlukan perlengkapan khusus. Dan pengunjung biasanya tidak membawa perlengkapan yang mereka butuhkan sampai mereka tiba di lokasi wisata (Gunn, 1988:134-135). Karena itu perlu disediakan perlengkapan wisata dalam penyelenggaraan pariwisata, agar memudahkan pengunjung untuk melakukan aktivitas wisata.

3. Pemandu Wisata

Untuk bentuk – bentuk tertentu, dalam sistem kepariwisataan mungkin memerlukan jenis – jenis fasilitas pelayanan wisata khusus. Untuk tiap area dan jenis pariwisata, fasilitas dan pelayanan yang spesifik perlu diidentifikasi

(Inskeep,1991:119). Berkaitan dengan wilayah studi yang memiliki daya tarik wisata berupa aktivitas jelajah cagar alam, diperlukan suatu jasa pemandu wisata yang berperan sebagai petunjuk jalan bagi pengunjung yang melakukan aktivitas penjelajahan tersebut.

4. Pengawas Pantai

Pertimbangan terhadap perlunya penyediaan pengawas pantai ini mengacu pada ketentuan yang ditetapkan dalam keputusan Dirjen Pariwisata (1991, pasal 2) yang menyatakan bahwa setiap usaha pariwisata yang memiliki kawasan / resor dan obyek wisata di laut, pantai darat termasuk danau, sungai, hotel berbintang / hotel melati yang memiliki kolam renang, kesemuanya digolongkan mengandung resiko kecelakaan tinggi yang dapat menimpa wisatawan / pemakai jasa sehingga diwajibkan menyediakan tenaga pemandu keselamatan wisata.

2.1.3 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

2.1.3.1 Pengertian Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Dimana objek dan daya tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat dijual kepada wisatawan.

Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun

dinikmati oleh wisatawan. Dalam arti luas, apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menarik wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata.

Produk pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan, dimiliki dan dinikmati oleh wisatawan sejak ia meninggalkan rumah, tempat tinggal sampai ke daerah wisata yang dipilihnya hingga kembali ke tempat asalnya. Adapun yang dimaksud dengan produk industri wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh oleh wisatawan.

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan menjelaskan perbedaan antara objek dan daya tarik wisata adalah :

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi :

- a. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat. Dan yang bersifat alamiah, seperti : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.

Menurut *SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT – 87* yaitu :

“Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan”.

Dalam kepariwisataan faktor manfaat dan kepuasan wisatawan berkaitan dengan “*Tourism Resource* dan *Tourist Service*. Objek dan atraksi wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri yang mampu mengajak wisatawan berkunjung. Hal-hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata antara lain :

1. *Natural Amenities*, adalah benda-benda yang sudah tersedia dan sudah ada di alam. Contoh; iklim, bentuk tanah, pemandangan alam, flora dan fauna, dan lain-lain.
2. *Man Made Supply*, adalah hasil karya manusia seperti benda-benda bersejarah, kebudayaan, dan religi.
3. *Way of Life*, adalah tata cara hidup tradisional, kebiasaan hidup, adat-istiadat seperti pembakaran mayat di Bali, upacara sekaten di Jogjakarta.

4. *Culture*, adalah kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat yang tinggal di daerah objek wisata.

2.1.3.2 Unsur Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Tourist Service adalah segala fasilitas yang digunakan dan aktifitas yang dilakukan dimana pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Untuk dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik maka kita harus mengembangkan tiga hal yaitu :

1. *Something to see*, adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat.
2. *Something to buy*, adalah segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli.
3. *Something to do*, yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut.

Ketiga hal itu merupakan unsur-unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

1. Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada di daerah lain.
2. Memiliki sarana pendukung yang memiliki cirri khas tersendiri.
3. Harus tetap tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali di bidang pembangunan dan pengembangan.
4. Harus menarik.

Menurut Edward Inskeep (1991:27), mengatakan bahwa suatu objek wisata harus mempunyai 5 unsur penting, yaitu:

1. Daya tarik

Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan kedalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen.

2. Prasarana Wisata

Prasarana wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan. Prasarana wisata ini terdiri dari:

a. Prasarana akomodasi

Prasarana akomodasi ini merupakan fasilitas utama yang sangat penting dalam kegiatan wisata. Proporsi terbesar dari pengeluaran wisatawan biasanya dipakai untuk kebutuhan menginap, makan dan minum. Daerah wisata yang menyediakan tempat istirahat yang nyaman dan mempunyai nilai estetika tinggi, menu yang cocok, menarik, dan asli daerah tersebut merupakan salah satu yang menentukan sukses tidaknya pengelolaan suatu daerah wisata.

b. Prasarana pendukung

Prasarana pendukung harus terletak ditempat yang mudah dicapai oleh wisatawan. Pola gerakan wisatawan harus diamati atau diramalkan untuk menentukan lokasi yang optimal mengingat prasarana pendukung akan digunakan untuk melayani mereka. Jumlah dan jenis prasarana pendukung ditentukan berdasarkan kebutuhan wisatawan.

3. Sarana Wisata

Sarana Wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu, selera pasar pun dapat menentukan tuntutan berbagai sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata antara lain biro perjalanan, alat transportasi, dan alat komunikasi, serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

4. Infrastruktur

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah, seperti: sistem pengairan, sumber listrik dan energi, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem

komunikasi, serta sistem keamanan atau pengawasan. Infrastruktur yang memadai dan terlaksana dengan baik di daerah tujuan wisata akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidupnya.

5. Masyarakat, Lingkungan, dan Budaya

Daerah dan tujuan wisata yang memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wisatawan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan masyarakat, lingkungan dan budaya adalah sebagai berikut:

a. Masyarakat

Masyarakat di sekitar obyek wisata adalah yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut, sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan oleh para wisatawan. Layanan yang khusus dalam penyajiannya serta mempunyai kekhasan sendiri akan memberikan kesan yang mendalam. Untuk itu masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan.

b. Lingkungan

Disamping masyarakat di sekitar objek wisata, lingkungan alam di sekitar objek wisata pun perlu diperhatikan dengan seksama agar tidak rusak dan tercemar. Lalu-lalang manusia yang terus meningkat dari tahun ke tahun dapat mengakibatkan rusaknya ekosistem dari fauna dan flora di sekitar objek wisata. Oleh sebab

itu perlu adanya upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan melalui penegakan berbagai aturan dan persyaratan dalam pengelolaan suatu objek wisata.

c. Budaya

Lingkungan masyarakat dalam lingkungan alam di suatu objek wisata merupakan lingkungan budaya yang menjadi pilar penyangga kelangsungan hidup suatu masyarakat. Oleh karena itu lingkungan budaya ini pun kelestariannya tak boleh tercemar oleh budaya asing, tetapi harus ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat memberikan kenangan yang mengesankan bagi setiap wisatawan yang berkunjung.

2.1.4 Wisatawan, Pengunjung dan Karakteristik

2.1.4.1 Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-Undang nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi.

Pacific Area Travel Association memberi batasan bahwa wisatawan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan negeri di mana biasanya ia tinggal, mereka ini meliputi:

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi atau untuk keperluan kesehatan.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bisnis, pertemuan, konferensi, musyawarah atau sebagai utusan berbagai badan/organisasi.
3. Pejabat pemerintahan dan militer beserta keluarganya yang ditempatkan di negara lain tidak termasuk kategori ini, tetapi bila mereka mengadakan perjalanan ke negeri lain, maka dapat digolongkan wisatawan.

Menurut Pendit (1994:38), wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi:

1. Wisatawan Internasional (*Mancanegara*) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya dan wisatawan didalam negerinya.
2. Wisatawan Nasional (*Domestic*) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam atau menginap kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi Pendit (1994:39)

2.1.4.2 Pengunjung dan Karakteristiknya

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan.

Menurut *International Union of Official Travel Organization (IUOTO)*, pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan ke dalam klasifikasi sebagai berikut:

- i. Pesiar (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- ii. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*excursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989:13). Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung.

Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

1. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
2. Usia adalah umur responden pada saat survei
3. Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden
4. Tingkat pendidikan responden
5. Status pekerjaan responden
6. Status perkawinan responden
7. Pendapatan perbulan responden

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan adalah motif atau tujuan utama dilakukannya perjalanan tersebut meliputi:

1. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.
2. Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.
3. Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
4. Lama Waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.

5. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Perjalanan Wisata

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah sebagai berikut Foster (1985:5):

- a. Profil Wisatawan (*Tourist Profile*)

Profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

- i. Karakteristik sosial ekonomi wisatawan (*Socio-economic characteristic*) yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan.
- ii. Karakteristik tingkah laku (*behavioural Characteristic*) yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.

- b. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (*travel awareness*) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.

- c. Karakteristik perjalanan (*trip features*) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya dan waktu perjalanan.

- d. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (*resources and characteristic of destination*) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi lingkungan dan sebagainya.

Keempat faktor di atas dirumuskan melalui unsur penawaran (*supply*) dan unsur permintaan (*demand*). Adanya kedua unsur yang berlawanan ini melahirkan berbagai jenis kegiatan rekreasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu kawasan wisata. Faktor yang mendorong suatu perjalanan wisata dari daya tarik objek wisata diharapkan membentuk citra atau *image*. Citra wisata adalah gambaran yang diperoleh wisatawan dari berbagai kesan, pengalaman dan kenangan yang didapat sebelum, ketika dan sesudah mengunjungi objek wisata.

Dengan demikian untuk membentuk citra dari suatu kawasan wisata perlu adanya suatu produk wisata yang dapat mempengaruhi perjalanan seorang wisatawan. Produk tersebut dirumuskan dengan menampilkan objek yang menarik dan sarana yang mendukung sehingga mempunyai nilai kompetisi.

2.1.5 Pendapatan

Menurut Gilarso (2002), pendapatan atau sering disebut dengan penghasilan didefinisikan sebagai bentuk balas-karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atas sumbangan seseorang terhadap proses produksi. Jenis-jenis sumber pendapatan dapat berasal dari : (a) usaha sendiri (wiraswasta, misalnya berdagang, mengerjakan sawah); (b) bekerja pada orang lain, misalnya bekerja di kantor atau perusahaan sebagai pegawai atau karyawan (baik swasta ataupun pemerintah); (c) hasil dari milik, misalnya mempunyai sawah yang disewakan, punya rumah disewakan, punya uang dipinjamkan dengan bunga tertentu.

Pendapatan dapat diterima berupa uang, dapat juga dalam bentuk barang (misalnya tunjangan beras, hasil dari sawah atau pekarangan sendiri), atau fasilitas-fasilitas (misalnya rumah dinas, pengobatan/ kesehatan gratis), selain hal tersebut di atas masih dijumpai pendapatan yang berasal dari : uang pensiun bagi mereka yang sudah lanjut usia dan dulu bekerja pada pemerintah atau instansi lainnya; sumbangan atau hadiah, misalnya sokongan dari saudara/famili, warisan, hadiah tabungan. Pinjaman atau hutang, ini memang merupakan uang masuk, tetapi pada suatu saat akan harus dilunasi/dikembalikan.

Model pendapatan *interregional* merupakan perubahan pendapatan regional dapat berasal dari beberapa sumber yang mungkin, tidak lagi semata-mata berasal dari perubahan ekspor yang ditentukan secara eksogen. Sumber-sumber ini meliputi (a) perubahan pengeluaran-pengeluaran otonom regional (misalnya investasi, pengeluaran pemerintah); (b) perubahan tingkat pendapatan suatu daerah (atau daerah-daerah) lain di dalam sistem yang bersangkutan yang akan terlihat dalam perubahan ekspor daerah; (c) berubahnya salah satu di antara parameter-parameter model (hasrat konsumsi marginal, koefisien perdagangan *irregional* atau tingkat pajak marginal) (Richardson, 2001).

Penting untuk dicatat bahwa apabila yang menjadi tujuan adalah memaksimumkan pendapatan nasional, maka distribusi optimal dari pengeluaran tidaklah tergantung pada nilai-nilai koefisien perdagangan *interregional*. Apabila tujuan-tujuan yang hendak dicapai adalah lebih kompleks, misalnya perubahan-perubahan distribusi pendapatan yang dikehendaki bagi beberapa (atau semua),

maka nilai hasrat impor marginal pun menjadi relevan (Engerman, 1965 dalam Richardson, 2001).

Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolok ukur keberhasilan pembangunan. Indikator yang cukup baik untuk mengukur tingkat pemerataan pendapatan masyarakat adalah distribusi pendapatan masyarakat diantara golongan penduduk (golongan pendapatan).

Pendapatan masyarakat sangat tergantung dari lapangan usaha, pangkat dan jabatan pekerjaan, tingkat pendidikan umum, produktivitas, prospek usaha, permodalan dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut menjadi penyebab perbedaan tingkat pendapatan penduduk.

2.1.6 Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan ini digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam

tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud tersebut adalah permintaan efektifnya yang dibarengi dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta factor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000).

Konsep dasar dari metode travel cost adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999 dalam Salma dan Susilowati, 2004). Itulah yang disebut dengan willingness to pay (WTP) yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.

Terdapat beberapa pendekatan yang di gunakan untuk memecahkan permasalahan melalui metode *travel cost* menurut Garrod dan Willis (1999) dalam Salma dan Susilowati (2004), yaitu:

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*).

Pendekatan ini menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal. Diterapkan dengan mengumpulkan informasi pada jumlah kunjungan ke suatu tempat dari jarak yang berbeda. Karena biaya perjalanan dan waktu akan bertambah sesuai dengan bertambahnya jarak, informasi ini memperkenankan peneliti untuk menghitung jumlah kunjungan “yang dibeli” pada “harga” yang berbeda. Informasi ini digunakan untuk membangun fungsi permintaan terhadap suatu tempat dan memperkirakan surplus konsumen atau manfaat ekonomi layanan rekreasi suatu tempat.

2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*).

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*) biasanya dilaksanakan melalui survey

kuisisioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial ekonomi (Suparmoko, 1997). Data tersebut kemudian digunakan untuk menurunkan kurva permintaan dimana surplus konsumen dihitung. Metode ini telah banyak dipakai dalam perkiraan nilai suatu taman rekreasi dengan menggunakan berbagai variable (Suparmoko, 2000). Pertama kali dikumpulkan data, mengenai jumlah pengunjung taman, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut mengenai jarak tempuh mereka ke lokasi taman rekreasi tersebut, biaya perjalanan yang dikeluarkan, lamanya waktu yang digunakan, tujuan perjalanam, tingkat pendapatan rata-rata, dan faktor sosial ekonomi lainnya.

2.1.7 Lama Perjalanan (*Travel Time*)

Waktu perjalanan (*travel time*) didefinisikan sebagai total/keseluruhan waktu yang dibutuhkan oleh suatu moda/kendaraan untuk menempuh suatu rute perjalanan dari daerah asal menuju daerah tujuan (McShane, 2001). Untuk mengetahui waktu yang diperlukan dalam perjalanan ini maka dibutuhkan perhitungan nilai waktu perjalanan, dimana perhitungan ini menghasilkan data berupa waktu yang dibutuhkan untuk menjalani suatu ruas jalan, kecepatan kendaraan dan juga tundaan.

Waktu perjalanan adalah jumlah waktu yang diperlukan dari asal sampai pada tujuan. Waktu perjalanan dapat berbeda dari setiap pengukuran, hal ini dipengaruhi oleh keadaan jalan, seperti lamanya waktu terkena lampu merah, terkena macet, berhenti karena ada kereta api yang melintas, dan sebagainya. Waktu perjalanan akan dikatakan konsisten apabila waktu perjalanan yang diperoleh setiap harinya sama atau tidak berbeda jauh dari sebelumnya. Bagi para pengguna jalan, waktu perjalanan sangatlah penting dalam berpergian, karena dengan adanya waktu perjalanan yang konsisten akan membantu para pengguna jalan untuk merencanakan waktu perjalanannya (McShane, 2001). Waktu perjalanan dapat diperoleh dengan rumus (McShane, 2001): *Travel Time = Arrival time – Departure time*

Variabilitas waktu perjalanan menunjukkan ketidakpastian untuk para pengguna jalan, sehingga mereka tidak tahu persis kapan mereka akan tiba di tujuan, hal ini disebabkan oleh keadaan jalan yang berbeda setiap harinya. Semakin tinggi variabilitas waktu perjalanan akan membuat para pengguna jalan lebih sulit untuk memperkirakan waktu yang diperlukan untuk tiba di tujuan (McShane, 2001).

2.1.8 Fasilitas Pariwisata

2.1.8.1 Pengertian Fasilitas Sarana dan Prasarana Pariwisata

1. Prasarana Obyek Wisata

Prasarana obyek wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di

daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya, dan itu termasuk ke dalam prasarana umum. Untuk kesiapan obyek wisata yang akan di kunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu di bangun dengan disesuaikan dengan lokasi dan kondisi obyek wisata yang bersangkutan.

Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu obyek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik obyek wisata itu sendiri. Di samping berbagai kebutuhan yang telah disebutkan di atas, kebutuhan wisatawan yang lain juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata, seperti bank, apotek, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Dalam pembangunan prasarana wisata pemerintah lebih dominan, karena pemerintah dapat mengambil manfaat ganda dari pembangunan tersebut, seperti untuk meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas ekonomi, arus mobilitas manusia antara daerah, dan sebagainya, yang tentu saja meningkatkan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat disekitarnya.

2. Sarana obyek

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata

maupun obyek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran, dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua obyek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan. Dalam hubungannya dengan jenis dan mutu pelayanan sarana wisata di daerah tujuan wisata telah di susun suatu standar wisata yang baku baik secara nasional maupun internasional, sehingga penyediaan sarana wisata tinggal memilih atau menentukan jenis dan kualitas yang akan disediakan.

2.1.8.2 Komponen Fasilitas Sarana dan Prasarana Pariwisata

Komponen-komponen yang termasuk ke dalam sarana dan prasarana yaitu

1. Produk yang nyata (*Tangible Product*) terdiri dari :

Prasarana wisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk dapat memenuhi kebutuhan selama dalam perjalanan. Misalnya jaringan jalan, sarana pelabuhan (udara, laut,

darat), telekomunikasi, jaringan listrik, air bersih, rumah sakit dan lain sebagainya. Sarana produk kepariwisataan yaitu semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan. Misalnya :

- a. Di bidang usaha jasa pariwisata, seperti : biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, informasi pariwisata.
- b. Di bidang usaha sarana pariwisata, yang terdiri dari : akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya.

2. *Intangible Product* (produk yang tidak nyata)

Pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah sumber daya manusia yang bergelut dalam industri pariwisata dan pengetahuan teknik tentang pelayanan terhadap wisatawan. Dan sapta pesona yang terdiri dari 7 K (keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramah tamahan, kenangan) yang semuanya dilaksanakan secara total.

2.2 Hubungan antara variable dependen dengan variable independen

Hubungan antara variable independen dengan variable dependen menjelaskan tentang adanya keterkaitan antara variable dependen dengan variable independen.

2.2.1 Hubungan Antara Pendapatan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Menurut Sinclair dan Stabler (1997), permintaan pariwisata dipengaruhi oleh pendapatan dan harga. Pada kasus kenaikan pendapatan dibanding dengan harga relatif konstan, pengaruhnya terhadap sebagian besar jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke obyek wisata. Kekuatan untuk melakukan pembelian pada kurva permintaan ditentukan oleh tingkat hidup dan intensitas perjalanan, dimana dengan cara lain semakin besar pendapatan seorang wisatawan yang dapat dipakai, maka besar kemungkinan orang tersebut akan melakukan perjalanan wisata sesuai dengan keinginannya. Hal ini membuat adanya hubungan yang signifikan dalam hubungan antara jumlah pendapatan dengan jumlah kunjungan wisata, dimana perubahan dari jumlah pendapatan akan menimbulkan perubahan pada kunjungan wisatawan.

2.2.2 Hubungan Antara Biaya Perjalanan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Jarak ekonomi berhubungan dengan waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan dari tempat asal sampai ke tempat tujuan dan kembali pulang. Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik (Mc.Intosh, 1995 : 298). Biaya

perjalanan (*travel cost*) merupakan salah satu alasan dari wisatawan memilih tujuan wisatanya. Wisatawan cenderung memperhatikan tingkat biaya ini sebelum melakukan perjalanan. Hal ini karena tidak semua wisatawan memiliki bujet tidak terbatas. Jika seorang wisatawan memiliki dana terbatas, maka wisatawan tersebut dapat memilih lokasi yang dekat dengan tempat tinggalnya sehingga hal ini dapat mengurangi *travel cost*nya. Seorang wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan (*tourist expenditures*) seperti biaya transportasi (*transportations*), biaya makan dan minum selama berkunjung (*food and beverages*), biaya menginap (*accomodations*), biaya belanja (*purchases*) dan keperluan lain-lain (*others*), sehingga mereka akan melakukan perbandingan untuk menentukan kunjungannya.

2.2.3 Hubungan Antara Biaya Perjalanan Ke Obyek lain dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Obyek wisata lain merupakan pesaing langsung dari sebuah obyek wisata. Salah satu factor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata adalah adanya persaingan langsung dari obyek wisata lain dalam hal biaya perjalanan yang kompetitif. Semakin besar biaya pelayanan suatu obyek wisata kompetitor, semakin besar ketidakinginan untuk pergi ke obyek wisata kompetitor tersebut untuk itu permintaan menjadi rendah. Faktor ini menangkap hubungan terbalik antara harga dari sebuah barang atau pelayanan dan permintaannya.(Mc. Intosh, 1995 : 298). Dalam pariwisata, barang substitusi dan barang komplementer berupa objek wisata lain yang dapat menggantikan atau melengkapi objek wisata yang

ada. Munculnya barang lain ini dapat terjadi karena bedanya fasilitas yang ditawarkan atau bedanya biaya perjalanan yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung.

2.2.4 Hubungan Antara Lama Perjalanan dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Lama perjalanan yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Jarak obyek wisata berhubungan dengan lama perjalanan obyek wisata dari wilayah asal wisatawan berbeda dengan obyek wisata tuan rumah. Umumnya semakin besar jarak obyek wisata, semakin besar ketidakinginan kunjungan wisatawan (Mc. Intosh, 1995 : 298). Salah satu sifat dari obyek wisata adalah obyek wisata tidak dapat dipindahkan sehingga wisatawan yang harus mendatangi obyek wisata tersebut. Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan juga transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai. Prasarana untuk menuju ke lokasi wisata pun juga harus memadai, jika jarak lebih jauh yang berarti lama perjalanan lebih memakan waktu, maka wisatawan pasti menghendaki perjalanan yang aman, yang artinya hambatan seperti jalan rusak, jalan tanpa pembatas atau belum diperlebar seharusnya diperbaiki.

2.2.5 Hubungan Antara Fasilitas dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Menurut Spillane (1987) dalam Badrudin (2001) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas. Wisatawan akan sangat memperhatikan fasilitas yang tersedia pada obyek wisata yang bersangkutan. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan unsure industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dalam lain kesempatan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Peneliti dan Tahun | Judul | Variabel dan metode analisis | Hasil |
|-----|---------------------|---|--|---|
| 1. | Epi Syahadar (2005) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Taman nasional Gede Pangrango (TNGP) | Variabel bebas Pelayanan Fasilitas Obyek Daya tarik wisata Keamanan Variabel terikat Jumlah kunjungan wisatawan | Pelayanan, fasilitas, obyek dan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Keamanan berpengaruh |

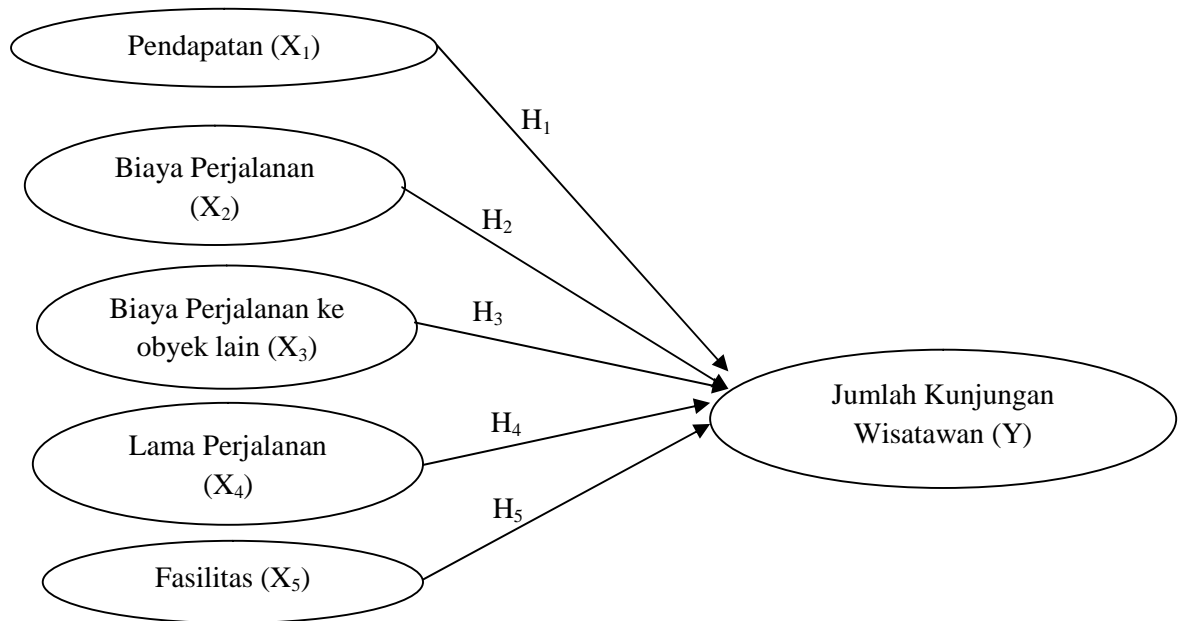
| | | | | |
|----|--|---|--|--|
| | | | Metode analisis Regresi berganda | positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. |
| 2. | Devanto Shasta Pratomo (2009) | Permintaan Pariwisata Indonesia : Studi Kasus Wisatawan Malaysia | Variabel bebas GDP Harga Variabel lain Variabel terikat Jumlah kunjungan wisatawan Malaysia Metode analisis Regresi berganda | GDP berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan, harga berpengaruh negative terhadap jumlah kunjungan wisatawan. |
| 3. | Husaen Hasan, Muhammad Asdar, Jusni (2013) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Melakukan Kunjungan Wisata di Kota Tidore Kepulauan | Variabel bebas Bauran pemasaran Social budaya Psikologi Variabel terikat Jumlah kunjungan wisatawan Metode analisis Regresi berganda | Bauran pemasaran, social budaya dan psikologi berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. |

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke obyek wisatawan. Kekuatan untuk melakukan pembelian pada kurva permintaan ditentukan oleh tingkat hidup dan intensitas perjalanan, dimana dengan cara lain semakin besar pendapatan seorang wisatawan yang dapat dipakai, maka besar kemungkinan orang tersebut akan melakukan perjalanan wisata sesuai dengan keinginannya. Biaya perjalanan (*travel cost*) merupakan salah satu alasan dari wisatawan memilih tujuan wisatanya. Wisatawan cenderung memperhatikan tingkat biaya ini sebelum melakukan perjalanan. Hal ini karena tidak semua wisatawan memiliki bujet tidak terbatas. Jika seorang wisatawan memiliki dana terbatas, maka wisatawan tersebut dapat memilih lokasi yang dekat dengan tempat tinggalnya sehingga hal ini dapat

mengurangi *travel cost*nya. Obyek wisata lain merupakan pesaing langsung dari sebuah obyek wisata. Salah satu factor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata adalah adanya persaingan langsung dari obyek wisata lain dalam hal biaya perjalanan yang kompetitif. Dalam pariwisata, barang substitusi dan barang komplementer berupa objek wisata lain yang dapat menggantikan atau melengkapi objek wisata yang ada. Lama perjalanan yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Salah satu sifat dari obyek wisata adalah obyek wisata tidak dapat dipindahkan sehingga wisatawan yang harus mendatangi obyek wisata tersebut. Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan juga transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Semakin jauh jarak yang ditempuh maka akan memakan waktu perjalanan yang lebih lama, dan para wisatawan diduga lebih memilih lokasi wisata yang lebih dekat untuk dicapai. Wisatawan akan sangat memperhatikan fasilitas yang tersedia pada obyek wisata yang bersangkutan. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan unsure industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran dan hipotesis sebagai berikut :

Gambar 2.7
Kerangka Pemikiran Teoritis



2.5 Hipotesis

Ada pun hipotesis yang dapat diajukan berdasarkan permasalahan diatas adalah:

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

- 1) Diduga pendapatan wisatawan berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.
- 2) Diduga biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.
- 3) Diduga biaya perjalanan ke obyek wisata lain berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

- 4) Diduga lama perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.
- 5) Diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Untuk mengurangi dan menghindari terjadinya kekaburan dalam pembahasan, perlu untuk memberikan pengertian atau definisi operasional dari masing-masing variabel yang dibahas, variabel-variabel tersebut adalah :

1. Jumlah kunjungan wisatawan (Y) dalam penelitian ini adalah frekuensi wisatawan dalam melakukan kunjungan ke obyek wisata (Berapa kali setahun).
2. Pendapatan (X_1) adalah pendapatan dari wisatawan (Rp. Per bulan).
3. Biaya perjalanan (X_2) adalah nilai manfaat dari suatu situs/kawasan akan setara dengan biaya perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat untuk mengunjungi obyek wisata tersebut (Rp. Per kunjungan).
4. Biaya perjalanan ke obyek lain (X_3) adalah nilai manfaat dari suatu situs/kawasan akan setara dengan biaya perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat untuk mengunjungi Curug Sewu (Rp. Per Kunjungan).
5. Lama perjalanan (X_4) adalah lama waktu perjalanan yang dibutuhkan untuk mencapai obyek wisata (Menit).
6. Fasilitas (X_5) adalah sarana, prasarana dan kelengkapan obyek wisata (Skala Likert 1-5).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karenanya dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Pantai Cahaya, Weleri.

3.2.2 Sampel

Menurut Ferdinand (2006), sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Dengan meneliti sampel, seorang peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasinya. Penentuan jumlah sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain tujuan penelitian. Dalam penentuan jumlah sampel juga memerlukan beberapa pertimbangan. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampling yang didasarkan pada kebetulan semata.

Karena jumlah populasinya terhitung yaitu 12.950 wisatawan dalam 1 periode penelitian, maka dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas kelonggaran kesalahan yang digunakan (10 %)

Berdasarkan data jumlah wisatawan di Pantai Cahaya Weleri, jumlah populasi adalah 12.950 karyawan. Berdasarkan rumus di atas sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{12950}{1 + 12950 \cdot (0,1)^2}$$

n = 99,23 dibulatkan 99

Dari perhitungan diatas, sampel yang diperoleh sebanyak 99 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang diteliti.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: metode kuesioner. Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memperoleh data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang akan diisi atau dijawab oleh para responden (Sugiyono, 2004).

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain, lama perjalanan dan fasilitas terhadap variabel terikatnya yaitu kunjungan wisatawan.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan :

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien garis regresi

e = *error* / variabel pengganggu

Y = kunjungan wisatawan

X_1 = pendapatan

X_2 = biaya perjalanan

X_3 = biaya perjalan ke obyek lain

X_4 = lama perjalanan

X_5 = fasilitas

3.5.2 Deteksi Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

1. Deteksi Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk menuji ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- Multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2011).

Apabila di dalam model regresi tidak ditemukan uji seperti di atas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas, dan demikian pula sebaliknya.

2. Deteksi Heteroskedastisitas

Deteksi heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan

ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedstisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Uji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*.

Dasar analisisnya adalah:

- Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Deteksi Normalitas

Deteksi normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel (bebas maupun terikat) mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal (Ghozali, 2011). Pada

prinsipnya normalitas dapat diuji dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2011):

- Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)

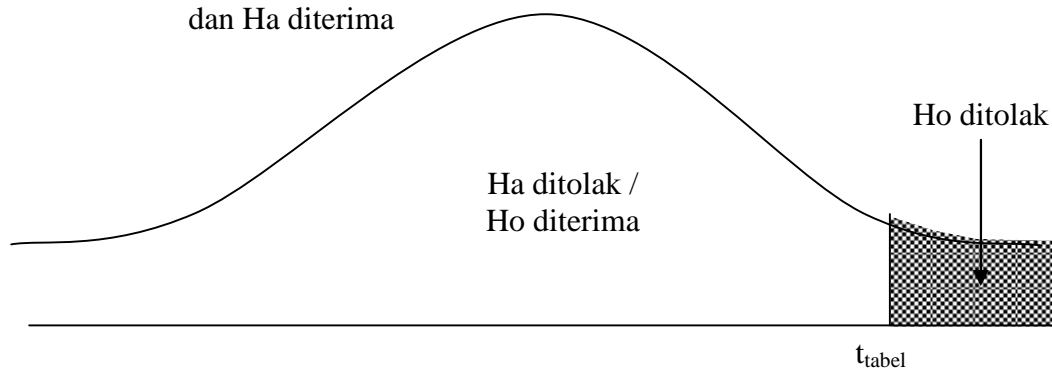
Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel bebas benar-benar berpengaruh terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2011). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas (pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain, lama perjalanan dan fasilitas) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kunjungan wisatawan).

Ha : Variabel-variabel bebas (pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain, lama perjalanan dan fasilitas) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kunjungan wisatawan).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2011) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima



2. Uji Ketepatan model (Uji Statistik F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain, lama perjalanan dan fasilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kunjungan wisatawan.

H_a : Variabel-variabel bebas yaitu, pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain, lama perjalanan dan fasilitas mempunyai

pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kunjungan wisatawan.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2011) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2011). Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (pendapatan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain, lama perjalanan dan fasilitas) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (kunjungan wisatawan) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk

menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.